百度メディアガイド

2020年8月1日

Ver.1.1

インデックス

Baidu Japan（百度日本法人）ご紹介

社名	バイドゥ株式会社 Baidu Japan Inc.
設立日	2006年12月
所在地	東京都港区六本木6-10-1 六本木ヒルズ森タワー 39階
代表者	Charles Zhang （張 成煥）
HP	www.baidu.jp
主要サービス	・中国向けWEB広告サービス ・Simeji（キーボードAPP） ・LisPon（音声APP）

（写真：北京本社）

■子会社（日本・東京）

社名	popIn株式会社 popIn Inc.
代表者	程 涛
拠点	日本・東京、台湾・台北、韓国・ソウル
主要サービス	・popIn Discovery（ネイティヴアドプラットフォーム） ・READ（読了解析） ・popIn Aladdin(スマートライト) ・popIn Action(EC向け画像認識) ・popIn Wave(音声事業)

■本社（中国・北京）

社名	百度公司 Baidu Inc.
設立日	2000年1月
所在地	北京海淀区上地十街10号
代表者	李彦宏 （Robin Li）
社員数	42,000名 （2018年12月時点）
海外拠点	日本、米国、タイ、インドネシアなど

百度検索　（baidu.com）

中国シェアNo.1の検索サービス、と検索APP（百度APP）を提供しています。

PC

平均PV：約100億PV/日
百度APP：DAU1.2億超
MAU6.6億超

百度APP

中国検索シェア率 **No.1**

月間ユーザー数 **6億+**

百度検索利用率 **90%**

デイリー検索回数 **100億回**

百度百科（baike.baidu.com ）

百度百科は中国版ウィキペディアです。2006年4月に公開して以来、高い信頼性があり、ユーザーから支持されているシェアNo.1のオンラインフリー百科事典となります。

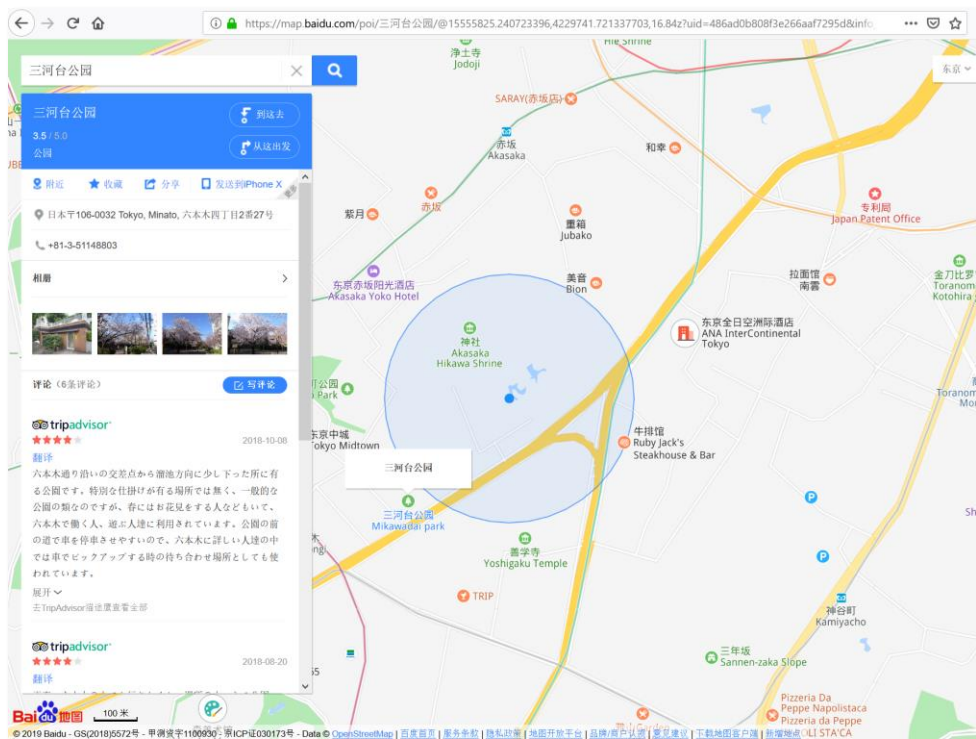
PC

百科APP

- 現在登録ワード数**1,500万＋**
- 登録ユーザー数**600万人＋**
- 検索ユーザー数**約4億/日**

百度地図　（map.baidu.com）

グローバルマップ（中国語地図）サービスを提供。 日本マップではルート案内（徒歩ナビ）、周辺情報（旅行攻略情報）、乗り換え案内、翻訳ツールなど様々なコンテンツを提供しています。

PC

百度地図APP

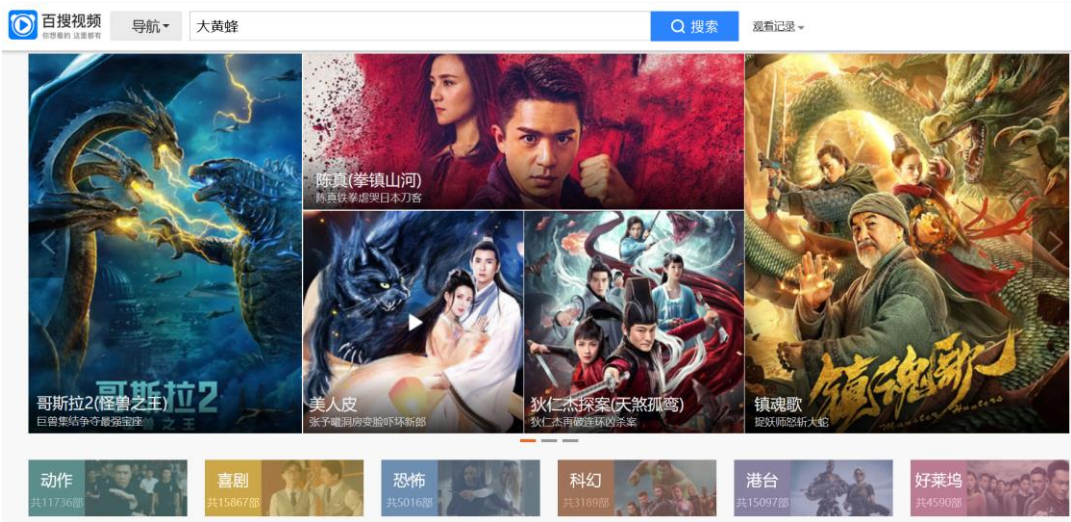
百度地图 Baidu Map

- MAU：**3億+**
- POI数：**1.5億**
- ルート案内距離：**4.2億Km/日**
- 日本IP　MAU:**35万+**

※訪日中国人客の約2人に1人が利用

百搜视频 （v.baidu.com）

百搜视频（百度ビデオ）百度が運営する中国最大級動画コンテンツプラットフォーム。40以上の動画サイトコンテンツを百搜视频から視聴可能、更に1,000以上の動画制作者コンテンツが視聴可能です。

PC

百搜视频APP

- PC＋モバイル **200億＋/年**
- DAU **3,000万人＋**
- 平均視聴時間 **120分/日**
- アライアンスメディア **40以上**

百分百（baifenbai.shop）

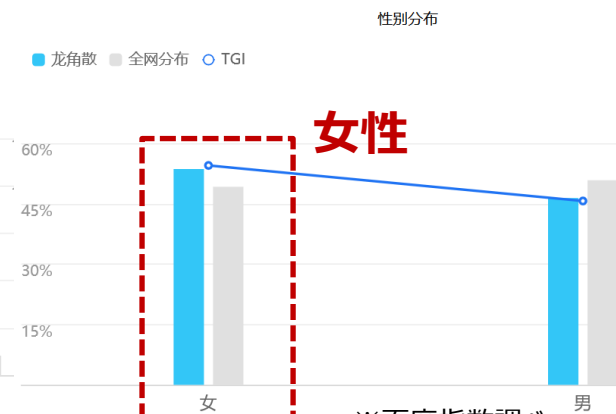
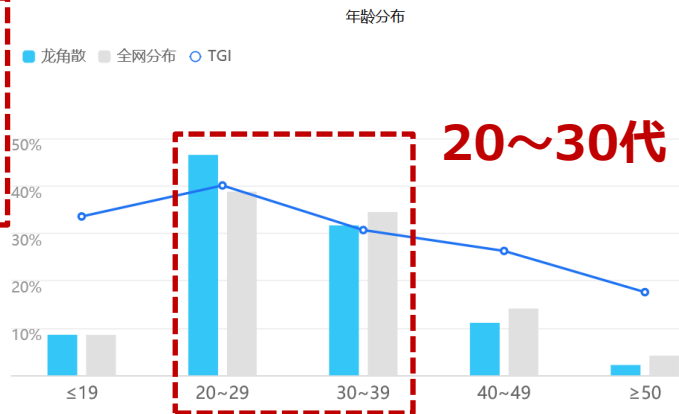
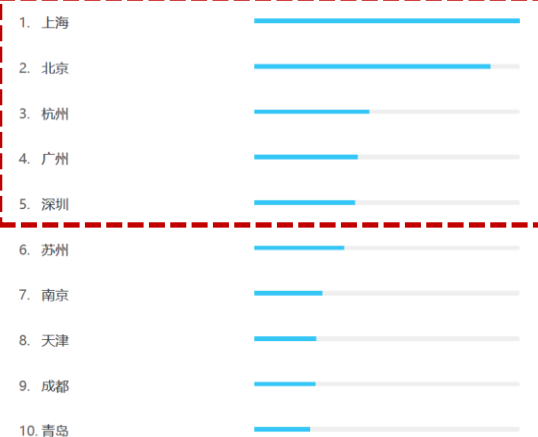
百分百は百度日本が運営する越境ECプラットフォームとなります。フルフィルメントを百度日本が行い、越境ECを支援致します。
百分百に出品・出店頂ければ、すぐに越境にて中国ユーザーに対して商品販売が可能です。

商品数:9,000＋
ブランド数:30＋

※2020年7月時点

フルフィルメントは百分百にお任せください。
●販売管理
●物流/倉庫
●通関
●カスタマーサポート
●ペイメント
●PR（広告代理店様経由）

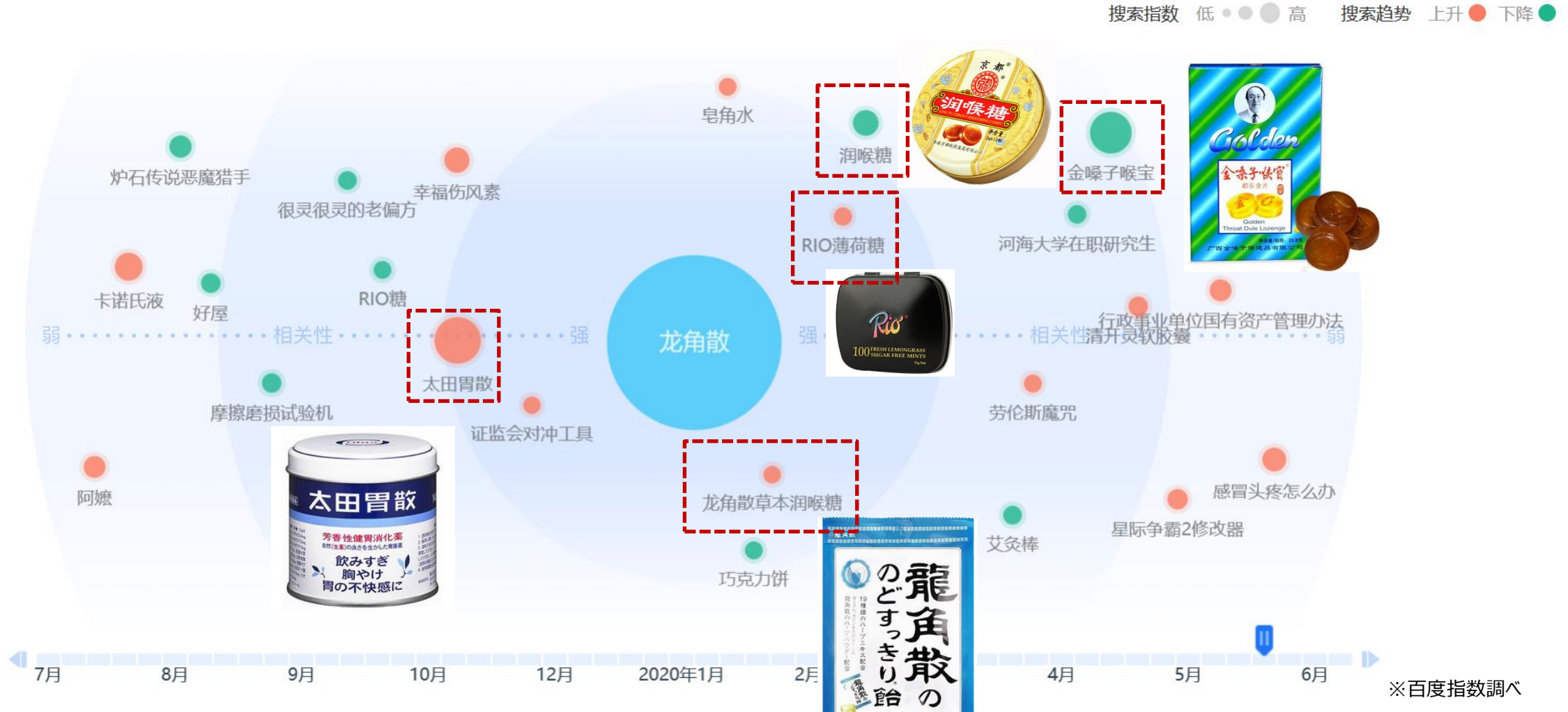
Appendix

①検索の役割は？ –商品を**探す**　検索数はトレンド、商圏、デモグラを反映

検索の役割は？ –商品を**比較**

商品を比較検討、使い方、購入ルートなど追加で検索

『龍角散』KWを検索したユーザーは他に関連商品を検索、比較検討していることがわかります。

龍角散様事例：

※百度指数調べ

検索の役割は？ –商品を**知る**　百度百科（百度Wiki）でユーザーに企業について理解してもらう

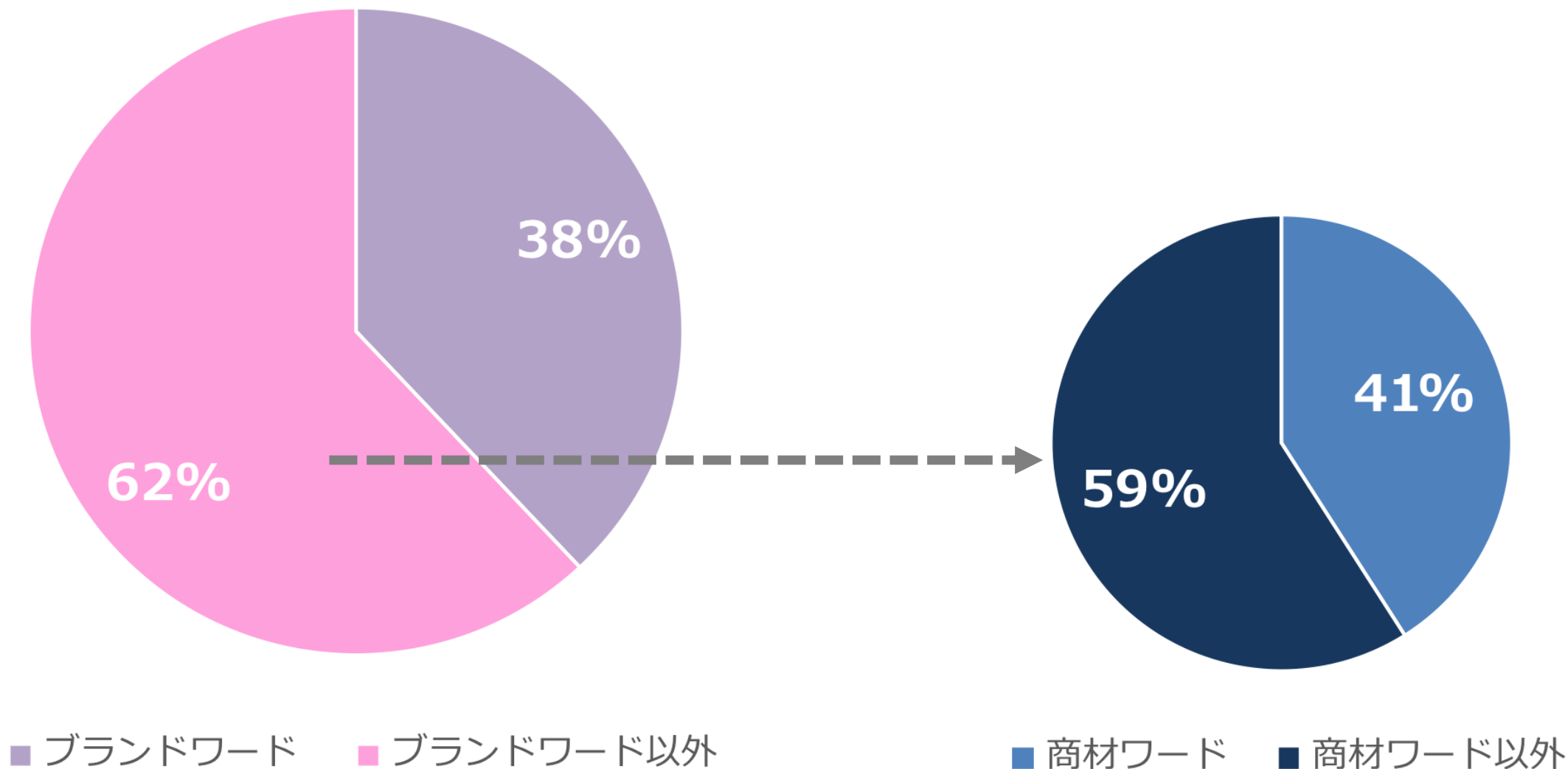
ユーザーは百度で『龍角散』を検索し、詳しく企業、商品を知りたいニーズがあります。
ブランド、B2B、医薬関連にはおすすめのコンテンツとなります。

龍角散様事例：

●百度で企業名（ブランド名）を検索

●約3分動画でブランドの歴史、企業価値をユーザーに訴求

検索傾向は？ –商品を**探す**　検索で多いのはブランドKW？　ブランドKW以外での検索が多い

シャンプーの銘柄を何個覚えていますか？　　検索をする際　6割はブランドKW以外となります。

探す　例：商材ワード　41%

口コミ
37%

口红哪个牌子好
Which lipstick bran is better

口红热卖排行榜10强
Hot lipstick top 10

粉底液排行榜10强
Hot foundation top 10

腮红哪个牌子好
Which ·blusher is better

口红排行榜
Lipstick ranking list

メークアップスキル
24%

口红怎么涂好看
How to draw a good-looking lipstick

眼影的画法步骤图
Steps of drawing eye shadow

气垫粉底使用方法
Usage of cushion product

气垫CC霜使用步骤
Directions of using CC cushion

气垫bb霜使用步骤
Directions of using BB cusion

商材
23%

口红
Lipstick

Bb
Bb cream

Bb霜
Bb cream

气垫bb
Cusion bb

素颜霜
Tone-up cream

探す 例：商材ワード以外 59%

ビッグワード
43%

化妆步骤
Makeup steps

化妆的正确步骤
Correct makeup steps

眉毛的画法
Eyebrow　drawing

化妆视频
Makeup tutorial video

眼线的画法步骤图
Picture of eyeliner drawing steps

メークアップスキル
34%

裸妆
Nude Look

学化妆
To learn make-up

完美裸专
Perfect nude look

卧蚕
Aeg`yo sal

纹眉
Eyebrow tatoo

悩み
8%

如何化妆让眼睛大
How to make up for big eyes

眉毛稀少怎么办
How can I do with few eyebrows

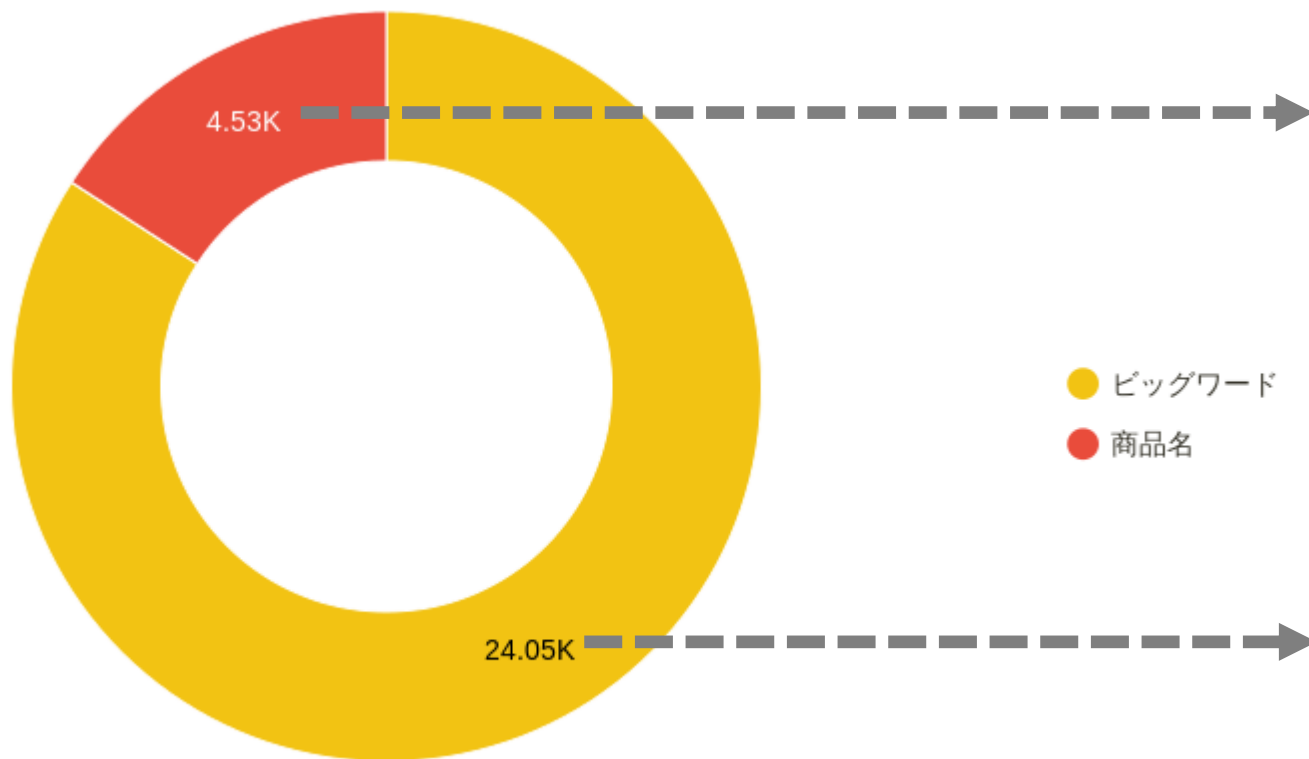
化妆需要买哪些东西
What is necessary for makeup

怀孕可以化妆吗
Can women make up during pregnancy

怎么让睫毛变长
How can I lengthen my eyelashes

検索傾向は？–商品を**探す**

ユーザーが知りたい情報を正しく伝える必要があります。

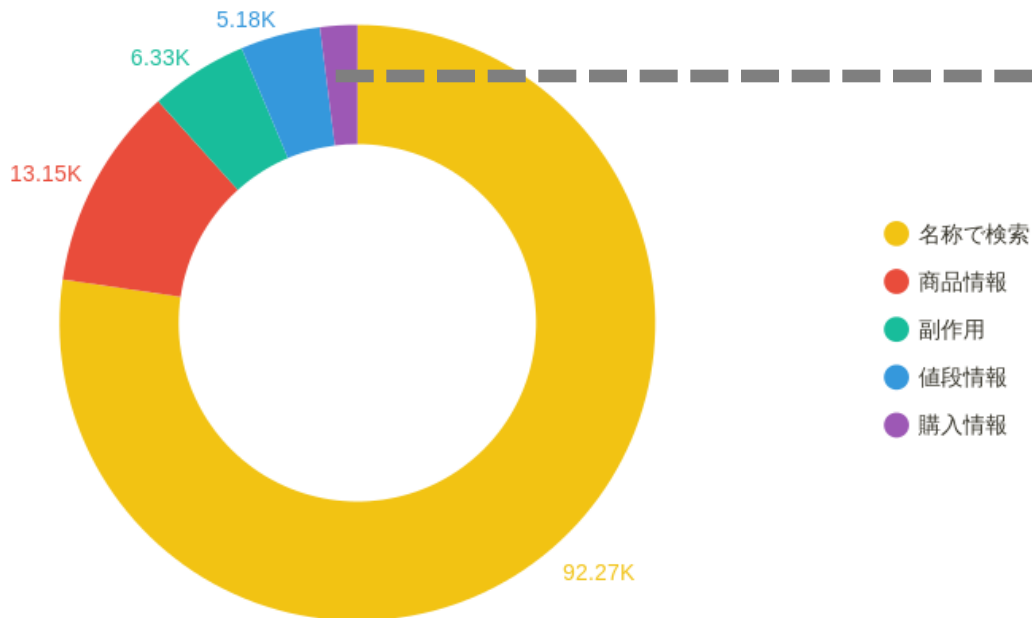
事例：
『ROIHI-TSUBOKO』名称検索の構成：
ブランドKWの検索は20%未満

『日本湿布薬』

日本膏药
日本老人头膏药
日本温感膏药
膏药日本
日本膏药价格
日本膏药多少钱

検索傾向は？ –商品を**知る**

ユーザーが知りたい情報を正しく伝える必要があります。

ブランド関連検索内容の構成：

25%は購入ルート、値段、副作用についての検索

关键词	２０１９年検索数	備考
大正感冒药副作用	5,986	副作用
大正感冒药成分	4,253	商品情報
大正感冒药价格	2,358	値段情報

ユーザーが知りたい情報：
課題：「商品の情報不足」「商品の情報過多」

①**正しい商品名が分からない**、商品の漢字名がない

②商品名が分かるけど、ブランドの選択が多いので、
どちらが良いのが分からない

③ブランド商品を選びたいが、**正規品の購入ルート**は分からない。

④商品は使用者に合うかどうか調べたい、医薬品の場合**副作用があるかどうか**確認したい。

⑤ネットでバイヤーがおすすめしているが、本当なの？

オフィシャルページで情報開示が重要です

②观星盘（DMP） を活用してターゲットユーザーを明確に

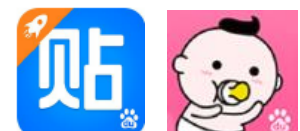
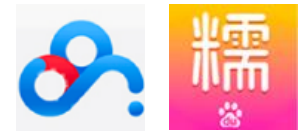
百度の持つプロダクトから収集された実際のユーザーデータをDMPでグルーピングが可能。グルーピングしたユーザーに対して、広告配信が可能です。百度広告アカウント開設されたお客様には無償でご利用いただける機能となります。

百度検索
PC:3.98億　MOB:4.8億

百度APP:4.8億
百度ミニプログラム:1.81億

IQIYI:6億＋
好看视频:1.1億

百度手机助手:1.26億
百度统计: -

百度地図:3.41億

百度贴吧:7,800万
宝宝知道:250万
百度网盘:3,726万
百度糯米:116万　など様々なアプリ

※2019年5月時点　MAU数

DMPグルーイング項目

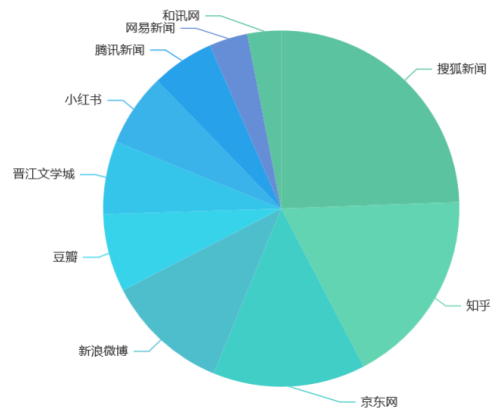
观星盘（DMP） を活用してターゲットユーザーを明確に

グルーピングしたユーザーのデモグラや閲覧傾向情報を確認でき、マーケティング戦略の立案に役立てることができます。

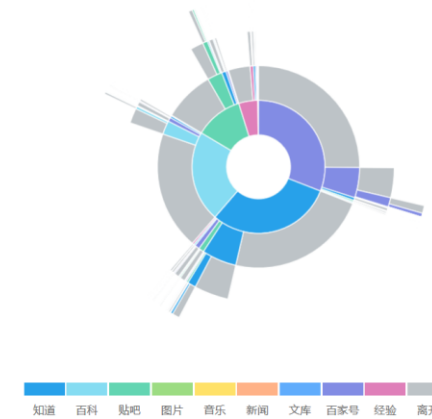
观星盘（DMP） を活用してターゲットユーザーを明確に

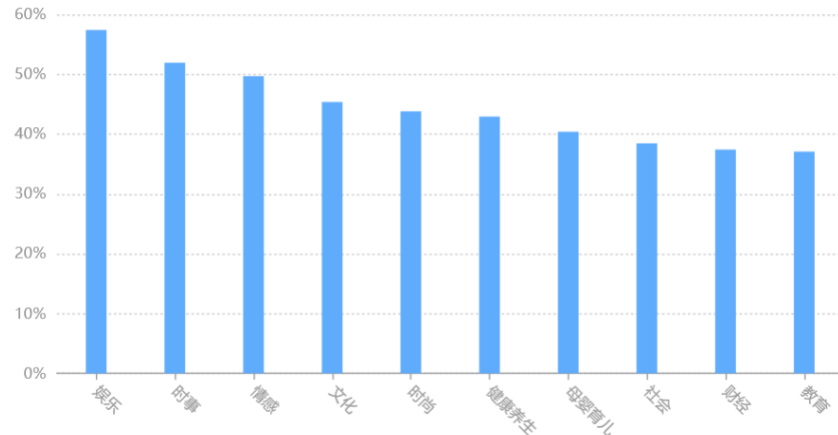
グルーピングしたユーザーのデモグラや閲覧傾向情報を確認でき、マーケティング戦略の立案に役立てることができます。

閲覧メディアシェア

媒体分布

序号	媒体类型	媒体名称	PV占比
1	新闻媒体	搜狐新闻	3.35%
2	综合论坛	知乎	2.46%
3	网络购物	京东网	1.9%
4	SNS	新浪微博	1.54%
5	垂直论坛	豆瓣	0.97%
6	小说阅读	晋江文学城	0.91%
7	垂直论坛	小红书	0.91%
8	新闻媒体	腾讯新闻	0.78%
9	新闻媒体	网易新闻	0.48%
10	数码及手机资讯	和讯网	0.42%

百度コンテンツ割合

媒体路径

序号	搜索路径	PV占比
1	百家号-离开	25.11%
2	知道-离开	22.69%
3	百科-离开	18.9%
4	贴吧-离开	8.16%
5	知道-知道-离开	4.1%
6	百家号-百家号-离开	3.56%
7	经验-离开	3.47%
8	百科-百科-离开	1.78%
9	贴吧-贴吧-离开	1.57%
10	百家号-百家号-百家号-离	0.73%

Feedニュースカテゴリー

検索されているKW

③PRについて　認知がどの段階にあるのかを見極めて最適なコミュニケーションを

オフィシャルサイト・LPページ対応は最初のステップで取り組む必要があります。
認知が進んだブランドはユーザーとの関連・共鳴が重要となります。

Step1

知名度

ブランド情報を入手、
ブランドを知る・調べる
情報がまず見つかる、自
分で比較検討する。

オフィシャルページ・LP
SEO・SEM対策

好感度

価値観・世界観が重要。ブランド
を知っているだけではだめで、信頼
度・好感度を伝える。
『量』⇒『質』

体験記事・比較/攻略情報
コンテンツの拡充

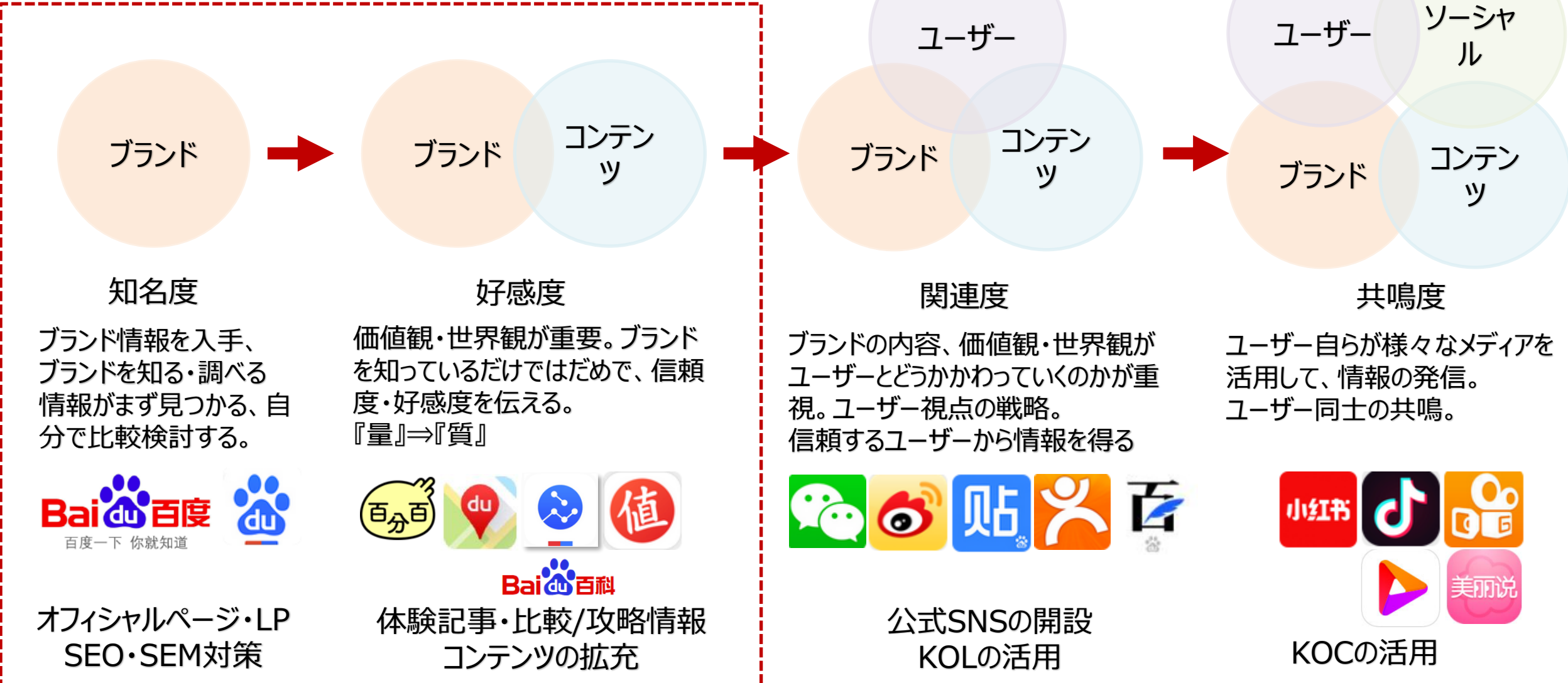
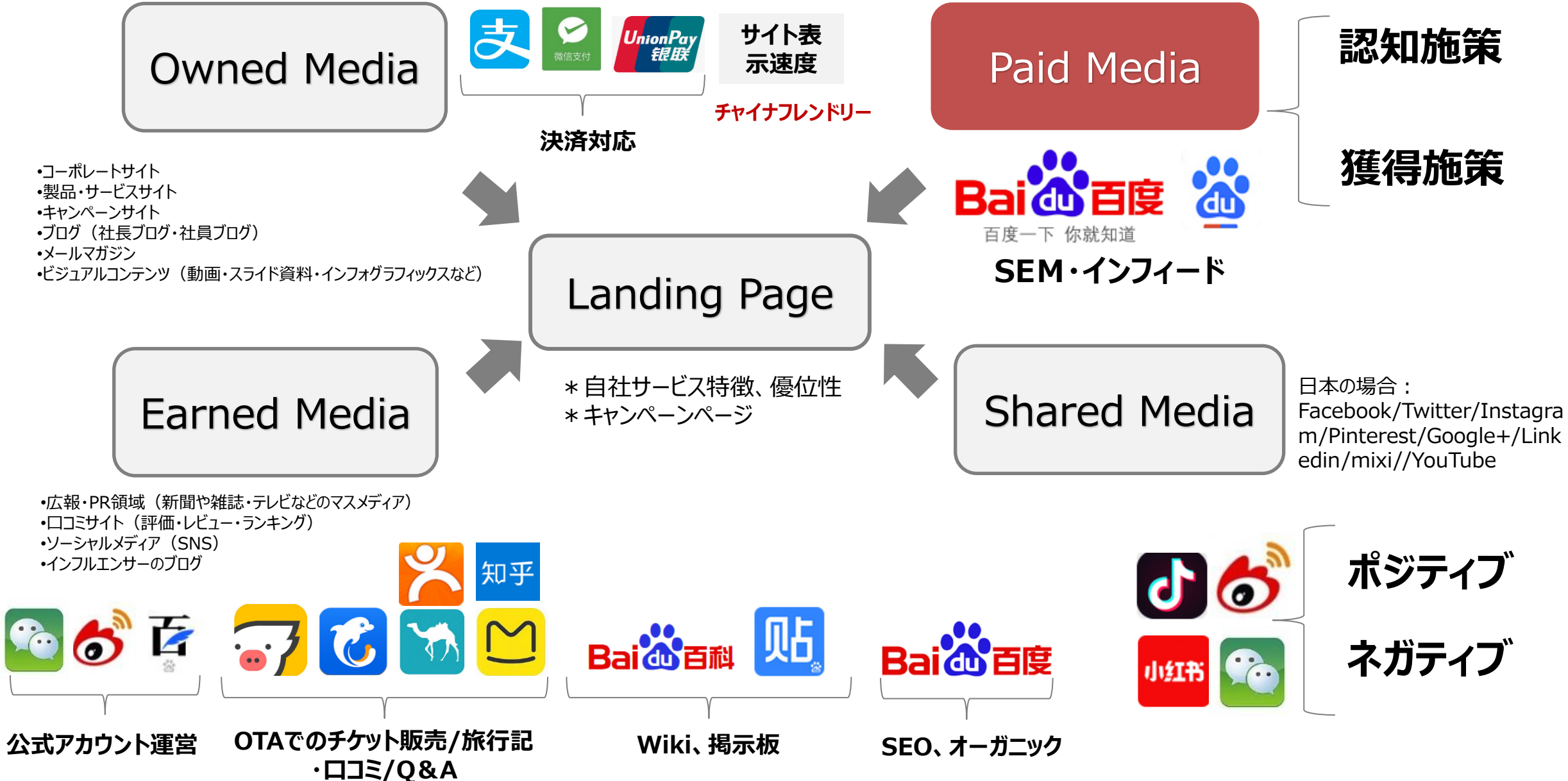
関連度

ブランドの内容、価値観・世界観が
ユーザーとどうかかわっていくのかが重
視。ユーザー視点の戦略。
信頼するユーザーから情報を得る

公式SNSの開設
KOLの活用

共鳴度

ユーザー自らが様々なメディアを
活用して、情報の発信。
ユーザー同士の共鳴。

KOCの活用

PRについて PESOモデル 流入トラフィックを把握する

広告のご相談・インバウンド・越境EC 中国ビジネスは百度にお任せください

お問合せ先： international@baidu.com